

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai strategi sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta, peneliti menarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian tersebut, yaitu:

- a. PT Agro Mandiri Semesta mendefinisikan strategi sosialisasi budaya perusahaan sebagai sebuah cara yang dilakukan dalam mencapai sebuah tujuan dalam menanamkan nilai-nilai inti sebagai bagian dari budaya perusahaan.
- b. Strategi sosialisasi yang digunakan oleh PT Agro Mandiri Semesta dalam mensosialisasikan budaya perusahaan adalah strategi sosialisasi komunal dan strategi sosialisasi personal. Strategi sosialisasi komunal dipilih sebagai strategi sosialisasi yang dinilai sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini dan sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia secara umum yaitu masyarakat komunal dan untuk melengkapi strategi sosialisasi komunal, dipilih strategi sosialisasi personal untuk memastikan sampainya pesan kepada para karyawan yang bekerja di PT Agro Mandiri Semesta.
- c. Strategi sosialisasi yang digunakan oleh PT Agro Mandiri Semesta dalam mensosialisasikan budaya perusahaan dirancang menjadi beberapa program diantaranya adalah makan malam an olah raga bersama, rapat, pelatihan, *core people*, media dan praktek.

- d. Dalam mensosialisasikan budaya perusahaan dapat memanfaatkan *core people* sebagai agen dan penyampai budaya perusahaan.

2. Saran

Dalam strategi sosialisasi budaya perusahaan yang diarahkan ke bagian internal organisasi PT Agro Mandiri Semesta hendaknya menambahkan metode pemutaran film tentang yang berisi tentang nilai-nilai inti perusahaan dan bagaimana seharusnya seorang karyawan yang bekerja di PT Agro Mandiri Semesta melakukan pekerjaannya dan berperilaku dengan berpedoman pada budaya perusahaan yang berlaku di dalam perusahaan. Pemutaran film tersebut dapat dilakukan dalam program pelatihan kepada karyawan yang dilakukan oleh PT Agro Mandiri Semesta. Hal ini dilakukan karena audiovisual dinilai lebih memiliki kekuatan untuk diterima oleh para karyawan yang bekerja di PT Agro Mandiri Semesta.

DAFTAR PUSTAKA

- Bacon, Robert A. and Jerald Greenberg. *Behavior in Organization*. 1993. Massachusetts
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Hasibuan, Malayu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kinicki, Angelo and Robert Kreitner. *Organizational Behaviour*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Kriyantono S.Sos, M.Si, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : ANDI
- Mc Shane, Steven and Mary Ann Von Glinow. *Organizational Behavior*. 2007. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Mintzberg, H and Quinn. B. C. *The Strategy, Concepts, Contents, Cases*. 2nd ed. 1991. New Jersey: Prentice Hall Inc
- Moleong, Lexy. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Muhammad, Arni. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Mulyana, Dedy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung : Pustaka Setia
- Pace, Wayne and Don F. Faules. 1993. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Poerwanto. 2008. *Budaya Perusahaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Robbins, Stephen P. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT INDEKS

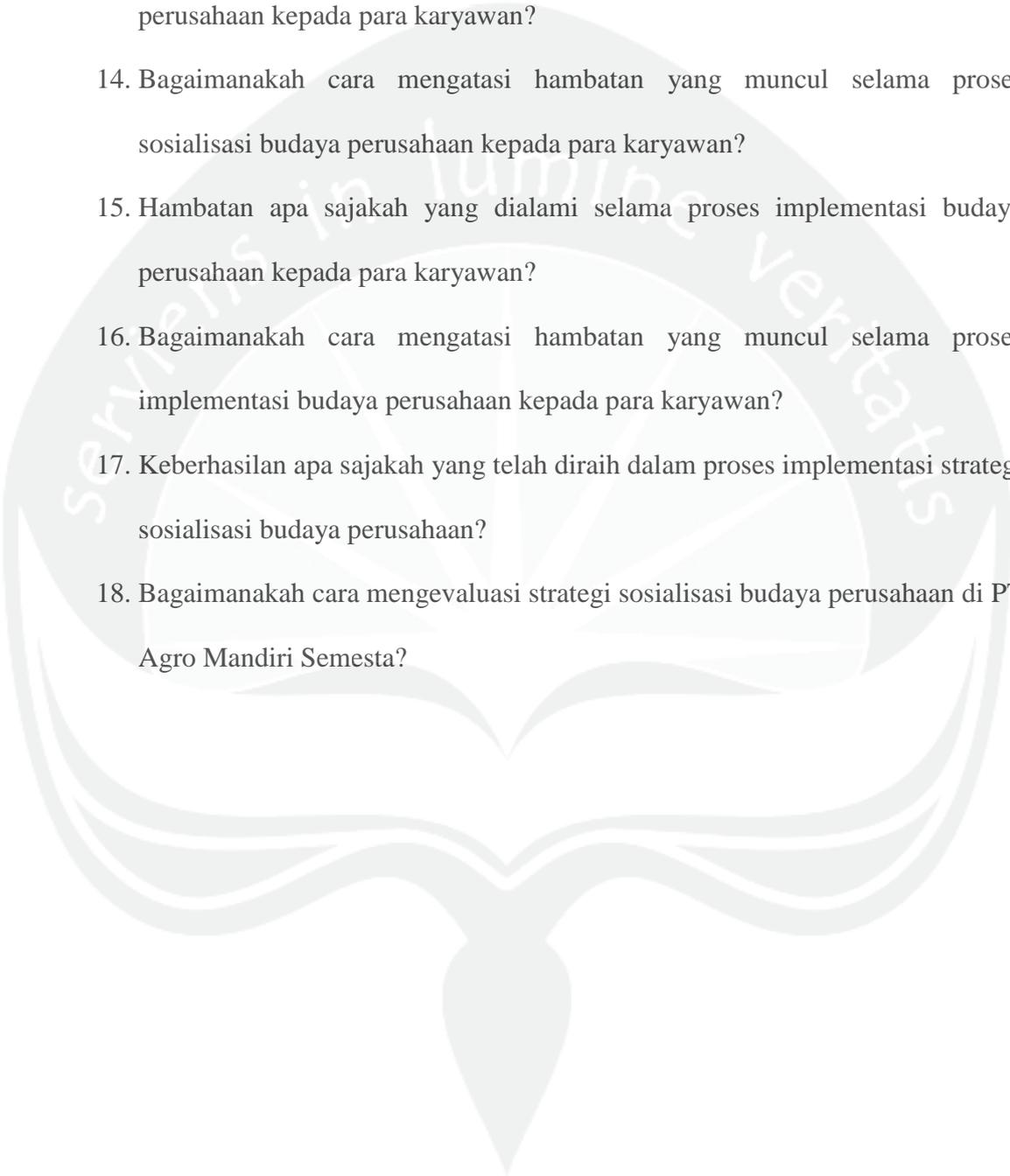
- Rogers, M. Everett and F.F. Shoemaker. 1971. *Communication of Inovation: A Cross Cultural Approach*. New York: The Free Press
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sedarmayanti.2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*.Bandung: PT Refika Aditama
- Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIEYKPN
- Susanto, AB, Dr. 1997. *Budaya Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Tika. Moh. Pabundu. 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara
- White, John. *How to Understand and Management Publis Relations*. 1991. London: Business Book Ermites



LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

1. Apakah yang melatarbelakangi dilaksanakannya strategi sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?
2. Siapakah yang melaksanakan proses sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?
3. Siapakah yang menjadi target sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?
4. Apakah konsep sosialisasi menurut PT Agro Mandiri Semesta?
5. Apakah konsep budaya organisasi menurut PT Agro Mandiri Semesta?
6. Apa sajakah nilai organisasi menurut PT Agro Mandiri Semesta?
7. Apakah tujuan yang ingin dicapai dari sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?
8. Apakah yang menjadi latar belakang perumusan strategi sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?
9. Bagaimanakah proses pembentukan atau terjadinya strategi sosialisai budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?
10. Bagaimanakah tahapan strategi sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?
11. Apakah PT Agro Mandiri Semesta menggunakan media dalam mensosialisasikan budaya perusahaan kepada para karyawan?
12. Media apa sajakah yang digunakan dalam mensosialisasikan budaya perusahaan kepada para karyawan?

- 
13. Hambatan apa sajakah yang dialami selama proses sosialisasi budaya perusahaan kepada para karyawan?
 14. Bagaimanakah cara mengatasi hambatan yang muncul selama proses sosialisasi budaya perusahaan kepada para karyawan?
 15. Hambatan apa sajakah yang dialami selama proses implementasi budaya perusahaan kepada para karyawan?
 16. Bagaimanakah cara mengatasi hambatan yang muncul selama proses implementasi budaya perusahaan kepada para karyawan?
 17. Keberhasilan apa sajakah yang telah diraih dalam proses implementasi strategi sosialisasi budaya perusahaan?
 18. Bagaimanakah cara mengevaluasi strategi sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta?

Nama Informan : Teguh Choeroni

Jabatan : HR Operational

Tanggal Wawancara : 7-8 November 2013

A: Lokasi kebunnya PT AMS ada dimana aja pak?

T: Lokasi kebunnya itu di Kalimantan Barat dan di Merauke. AMS itu ownernya adalah Pak Maratua Sitorus yang sebelumnya dia sudah punya grup besar juga.

A: Yang Ganda Grup itu, Pak?

T: Mmm, Wilmar grup besarnya. Hanya kalo Wilmar itu kan dia join sama orang Singapore ya. Kalo AMS ini bener-bener pure bentukan dia sendiri. Kemudian di satu sisi ada Ganda Grup. Ganda Grup itu dia sudah lama bikin kebun, sudah dari tahun 2005. Konsentrasinya ada di Kalimantan Barat. Jadi waktu itu orientasinya Ganda Grup dia beli kebun, dia perbaiki sedikit lalu dijual lagi, jadi sifatnya tidak longtime. Sehingga secara umum asisten atau karyawan kebun tidak mengenal budaya perusahaan, karena ya macam proker ya. Dia beli kebun, tahan sedikit harganya bagus lalu dijual lagi kebunnya. Lha Ganda Grup itu punya pak Ganda yang dalam hal ini adalah kakak kandung dari Pak Maratua Sitorus yang punya AMS. Kemudian karena dia melihat keberhasilan adiknya sehingga dia merubah pola pikirnya, “udah, saya sudah ga mau jual beli kebun lah, saya mau bener-bener bangun kebun yang standard dan memiliki kualitas yang tinggi”. Sehingga antara AMS dan Ganda Grup itu bergabung.

A: Oh, jadi bergabung ya. Jadi AMS itu bukan anak perusahaan Ganda Grup?

T: Bukan. Itu bergabung. Makanya dalam logo kita ditulisnya AMS Ganda Grup. Sebenarnya itu dua grup yang bergabung. AMS memiliki kebun sudah lama, Ganda Grup yang masih baru. Dengan bergabungnya itu, kita merubah mindset kita semuanya bahwa kita ini mau buat satu grup perkebunan yang mempunyai kualitas standar yang tinggi. Makanya waktu di awal kita bergabung, kita sosialisasikan kepada masing-masing karyawan, termasuk karyawan yang ada di kebun. Ini lho, ada AMS Ganda Grup. Ini lho core values dan behavior kita, lalu muncullah AMS-SIGAP ini. Jadi kalo AMS-SIGAP ini adalah nilai-nilai yang harus kita pegang teguh lah untuk di lingkungan pekerjaan. Seperti itu. Sehingga kalo berbicara mengenai budaya perusahaan, sebenarnya kita memang sedang set up. Walaupun pimpinan-pimpinan kita disini sebelumnya mempunyai pengalaman yang cukup lama di perusahaan-perusahaan kelapa sawit yang lain. Secara umum, kita sudah tau, pasti budaya yang akan kita bentuk, khususnya budaya di perkebunan yang kita create disini, fasenya kita masih membentuk, menanamkan budaya-budaya kebun, dan mensosialisasikan budaya-budaya perusahaan. Kemudian di tahun 2013 ini adalah tahun percepatan kinerja.

A: Apa itu maksudnya?

T: Motto tahun 2013. Percepatan kinerja dan standar kualitas. Tema atau visi jangka pendek yang mau kita capai di tahun 2013 ini.

A: Lalu sosialisasi sudah berjalan berapa lama, Pak?

T: Baru setahun ya. Setahun lebih. Dari April tahun 2012. Khususnya untuk kebun-kebun atau PT PT yang ada di bawah Ganda Grup. Karena karyawan disana tidak mempunyai budaya perusahaan yang standar.

A: Kalo Ganda Grup sendiri itu letaknya dimana?

T: Di Kalimantan Barat.

A: Oh, di Kalimantan Barat. Berarti ada head officenya?

T: Head officenya ada. Dulu di Pluit, di Jakarta. Kemudian AMS sendiri dulu di TCT (The City Tower, red.) di Thamrin City. Kita bergabung, lalu sekarang berkantor disini (Multivision Tower, red.)

A: Berarti Ganda Grup sekarang disini juga ya, Pak?

T: Iya.

A: Lalu sekarang yang di Pluit siapa, Pak?

T: Sudah ga ada. Semua kumpul disini.

A: Dalam mensosialisasikan budaya perusahaan, strategi sosialisasi apa saja yang dipakai AMS? Misalnya apakah ada jangka waktu? Atau apakah ada target yang harus dicapai?

T: Jadi, salah satu strategi yang kita pakai adalah management by walking around. Jadi kita semua melihat ke lapangan. Kalo Jokowi bilang blusukan. Nah kita juga seperti itu. Sama dalam halnya kita mensosialisasikan budaya perusahaan, dalam hal ini budaya kebun. Dimana budaya perusahaan kita, berhasil atau tidaknya tergantung pada budaya kebun karena objek operasional kita di kebun. Kita tanamkan budaya kebun. Caranya ya kita memperlihatkan ke mereka. Ini lho, kalo orang kebun tuh ya seperti ini. Salah satu contoh ya, baju atau pakaian kerja. Kalo pakaian kerja orang lapangan atau asisten lapangan tuh kemeja lengan pendek dan celana pendek. Itulah yang dinamakan asisten kebun. Ada topi dan ada buku saku, itulah standar asisten kebun. Waktu pertama kali kita masuk ke kebun, yang pada waktu itu khususnya kebun eks-Ganda, banyak karyawan yang terheran-heran, "kok bapak-bapak ini sopan

sekali pake celana pendek”.Padahal seorang asisten kebun yang benar adalah yang seperti itu. Akhirnya terus dijelaskan, ini lho kalo orang kebun itu ya seperti ini. Pakai celana pendek.Kalau yang pake celana panjang, apalagi yang pake celana jeans itu bukan asisten.Justru itu mandor, yang notabene gradenya lebih rendah daripada asisten kebun. Nah, itulah salah satu cara kita mensosialisasikan budaya. Jadi kita praktekin dan kita perlihatkan kepada mereka, ini lho seorang asisten itu seperti ini. Kenapa celana pendek? Karena kan kita objek operasional di lapangan, masuk masuk ke kebun kan. Kalau pake celana panjang tidak bisa lincah, lebih baik pake celana pendek, tapi kaos kakinya panjang.Begitu.Itulah pemahaman budaya kebun.

A: Mmm, karyawan yang berada di head office job descnya apa aja, Pak?

T: Head office disini adakah kebanyakan department support ya. Jadi kalo di kebun kan dia butuh pupuk, butuh kendaraan, jadi kita yang mengadakan disini. Kemudian di kebun mungkin ada hama seperti ini, pupuknya apa itu nanti tim agronominya turun, begitu. Jadi kita support untuk mereka yang di lapangan. Misalnya, di kebun butuh karyawan asisten butuh segini, karyawan panen butuh segini, HRD yang nyiapin.Jadi kalo karyawan di head office untuk budaya perusahaan sifatnya masih umum, pada umumnya perusahaan.Hanya mereka lebih kita tekankan bahwa kita adalah department support, yang mensupport orang-orang yang ada di lapangan.Semangat memberi, semangat mengasih ilmu itu ada di HO kebanyakan.

A: Lalu apakah ada perbedaan antara budaya organisasi yang ada di lapangan dengan budaya organisasi yang ada di head office?

T: Secara umum sih sama aja. Seperti sikap dan nilai-nilai ini kita tekankan juga di HO. Kamu mencapai achievement harus dengan cara yang profesional, ga sikut-sikutan, ga saling menjatuhkan. Kemudian orang HO juga harus tau business process di kebun. Makanya dia harus tau cara berkebun. Management by walking around.Melihat kondisi kebun seperti apa, apa yang diperlukan di kebun. Jadi nilai nilai yang ada disini, kita tekankan juga di HO.

A: Tadi kan bapak menjelaskan tentang management by walking around, apakah bapak bisa menjabarkan poin-poin dari budaya perusahaan?

T: Achievement through professionalism, kita bekerja dalam mencapai target harus secara profesional. Secara profesional itu ya kita ikutin standar atau SOP yang berlaku di perusahaan kita, jangan di luar jalur itu.Kemudian profesionalnya ya kita benar-bener mempergunakan kedewasaan kita berfikir, dan kedewasaan kita bertingkah laku. Dalam arti ya kita bisa kerja tim, kita bisa bekerja sama, tidak saling sikut menyikut. Jadi pencapaian itu memang benar-benar hasil dari kerja profesional. Kemudian management by walking around, itu kalau di kebun ada estate manager ya jangan tinggal di kantor. Dia harus masuk ke kebun.Harus kontrol ke masing-masing karyawan, ke bawahannya.Begitu juga dengan kita disini, disini sekalipun

professional manajer atau pimpinan, dia juga harus tau kerja atasan atau bawahannya, tapi dia harus juga tau business process di lokasi kebun. Jangan sampai nanti kebun teriak, “pak saya minta pupuk ini”, kita asal main beli saja. Padahal pupuk tersebut belum tentu tepat. Kemudian kalo Strive to Success with Integrity, dalam core values dan behavior ini, integritas itu nomer satu. Jadi dalam mencapai kesuksesan, kejujuran atau integritas menjadi kunci pertama yang harus kita pegang. Ya kita tidak menilai besaran atau nilai yang dia selewengkan, tetapi hati atau niat dia untuk jujur itulah. Ada mereka yang hanya korupsi atau memanipulasi mungkin tidak terlalu banyak. Kalo bicara PT ya hanya satu atau dua juta. Kalau ketahuan atau terbukti salah ya kita keluarkan atau dia kita minta untuk mengundurkan diri. Karena integritas itu nomer satu. Di pola kepemimpinan kita pun disini diletakkan di nomer satu. Ini kan ada sembilan pola, integritas menjadi landasan utama. Makanya di *core values* kita ini integritas disebut dua kali, yang satu di inisial S-nya Strive to success with integrity, yang satunya integrity for all actions. Synergized team, kita tu bukan superman disini. Kita adalah super team. Kita tekankan bahwa kita kerja bersama. Jadi, masing-masing orang memiliki kelebihan, namun bukan berarti orang itu menjadi superman, tapi kita menjadi super team. Integrity for all actions, artinya semua tindakan harus dilandasi dengan kejujuran. Growth for co-prosperity itu, jadi sudah tertuang juga di misinya perusahaan. Kita berkembang bersama-sama ya, untuk kemakmuran bersama. Jadi dalam arti perusahaan ini berkembang tidak hanya untuk dinikmati oleh owner saja, tetapi ada feedback-nya buat kita semua, kalo ke karyawan mungkin dalam bentuk kesejahteraan, tunjangan-tunjangan. Atau mungkin dalam lingkungan sosialnya atau dalam lingkungan kebun kita akan mengadakan CSR atau bantuan bantuan ya, di lingkungan sekitar kebun. Jadi perusahaan ini berkembang tidak hanya karyawan saja, tetapi lingkungan sekitar juga turut merasakan dampaknya. Seperti itu. Adaptive to change, yaitu adaptasi terhadap perubahan. Seperti jam, kalo jam kan jarumnya bergerak terus ya, nah kita harus adaptive apalagi produk yang kita kelola adalah bukan barang mati. Tanaman kan barang hidup. Dalam arti mungkin besok tumbuhnya akan lain dengan yang kemarin. Kita harus bisa cermati semua perubahan-perubahan itu. Sama halnya di lingkungan pekerjaan. Jangan terlalu kaku dengan dirinya sendiri, sehingga tidak mau berubah dalam kondisi perusahaan. Apalagi perusahaan semakin berkembang. Passion for excellence, passion itu gairah atau semangat untuk mencapai kesuksesan ya. Jadi semua yang kita kerjakan ya penuh dengan semangat dan loyalitas, kemudian juga ikhlas. Ya biar bagaimanapun kita kalo bekerja ya harus ikhlas.

A: Lalu sebenarnya konsep budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta sendiri seperti apa sih pak?

T: Ya, konsepnya sebenarnya kalo budaya perusahaan kan melihat dari visi dan misi, perusahaan itu mau dibawa kemana. Disini kan visi perusahaan menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka dan pengelolaan yang terbaik dan memberi keuntungan yang tinggi. Kita ada namanya etika kerja atau *code of conduct*. Itulah perilaku-

perilaku yang harus dijaga atau harus dijalankan oleh setiap karyawan. Jadi dia ga boleh begini, ga boleh begitu. Itu secara teknisnya ya. Biasanya untuk karyawan baru atau karyawan yang baru bekerja selama 3 bulan, kita suruh baca dan pelajari itu. Kalo dia udah cocok semuanya, baru dia tanda tangan. Tanda tangannya nanti akan diserahkan ke kita. Itu bukti kalo yang bersangkutan sudah tau. Jadi kalo ada yang menyimpang, ya harus menerima konsekuensi.

A: Konsep organisasi menurut PT Agro Mandiri Semesta sendiri seperti apa, pak?

T: ya, jadi gini. Ini kan perusahaan perkebunan kelapa sawit ya. Kita kan istilahnya padat karya, jadi ga setiap orang pegang satu job, mungkin ada beberapa orang megang berapa job. Sehingga struktur organisasi kita tidak bisa dipungkiri memang relatif gemuk ya. Karena satu di HO sini masing-masing department support, mulai dari finance accounting, tax, purchashing, agronomi, HRD, sampai dengan sertifikasi atau ISO itu ada. Bicara di kebun, masing-masing kebun juga dia harus punya struktur organisasi. Karena satu kebun itu cukup luas sekitar 2000 hektar. Kebun tersebut diketuai oleh manajer kebun, nanti dibagi empat atau dibagi 5 kebun. Masing-masing kebun diketuai oleh asisten kebun. Jadi kita struktur organisasi untuk di kebun atau di lokasi sifatnya lebih fungsional, ke masing-masing fungsinya. Suatu organisasi adalah rangkaian dari beberapa kelompok atau grup yang satu sama lain saling berkaitan dan dia ga bisa berdiri sendiri. Organisasi kita mempunyai satu tujuan, untuk mencapai tujuan tersebut, seluruh anggota organisasi harus satu dan padu untuk merealisasikan tujuan dari perusahaan ini.

A: Ada strategi sosialisasi yang lain ga, pak?

T: strategi sosialisasi yang dilakukan di AMS itu secara komunal, sesuai dengan karakteristik orang Indonesia. Kan orang-orang kita kolektif, suka kumpul-kumpul tuh. Tapi buat make sure kalo apa yang kita sampaikan sudah diterima secara sempurna, ya kita ada pendekatan secara personal juga.

A: Konsep sosialisasi budaya perusahaan di PT Agro Mandiri Semesta seperti apa, pak?

T: sosialisasi disini ya bagaimana cara kita mengkomunikasikan, mengenalkan, dan menginternalisasi budaya perusahaan yang kita punyai, sehingga budaya perusahaan itu bisa dikenal dan diimplementasikan dalam seluruh aktivitas pekerjaan di AMS sendiri. sosialisasi yang kita pakai adalah sistem komunikasi dua arah, maksudnya ya kita sosialisasikan budaya perusahaan kita kepada karyawan, lalu mereka menangkap isi pesan kita. Setelah kita sosialisasi, kita diskusi dengan mereka. Jadi kita bisa tahu, pemahaman kita ditangkap sama mereka benar atau tidak. Setiap seminggu sekali kita ada diskusi (weekly meeting) untuk tingkat kebun. Kalo dulu tidak ada seperti itu, sehingga pekerjaan itu tidak terencana. Kalau ada weekly meeting pekerjaan dia akan terukur dan terencana. Jadi di AMS ini kita punya konsep sendiri. Kita rancang dalam

waktu setahun untuk mensosialisasikan budaya perusahaan yang ada di AMS. Jadi seluruh karyawan bisa tau tentang budaya perusahaannya kita.

A: Lalu selain weekly meeting ada apa lagi pak?

T: Kalo di HO ada monthly meeting dan quartal meeting. Kalo monthly meeting biasanya untuk head department. Jadi dia memaparkan semua rencana kerja, memaparkan semua progress pekerjaannya dan hambatan-hambatan atau kendala-kendala yang terjadi.

A: Kalo yang quartal meeting seperti apa pak?

T: Quartal meeting biasanya kita panggil pimpinan-pimpinan kebun ke Jakarta, untuk menyampaikan hambatan-hambatan atau kendala-kendala yang ada di kebun. Dalam pola kepemimpinan ada poin komunikasi yang efektif. Ini menjadi satu budaya yang benar-benar diterapkan ke kita. Komunikasi yang efektif itu ya yang memberikan pesan sama yang menerima pesan harus benar-benar sama. Dipastikan informasi berjalan dengan baik ya, dalam arti pesan diterima dengan baik. Kita kumpulkan pimpinan kebun untuk memaparkan visi dan misi perusahaan, behavior, core values dan pola kepemimpinan dari manajemen kita. Kita kumpulkan estate manager, lalu nanti estate manager mensosialisasikan kepada bawahannya. Kemudian dari beberapa asisten, nanti kita panggil. Lalu kita training dari pihak manajemen dan HRD, kita memastikan informasi tersebut sampai ke bawah atau tidak. Jadi kita tidak hanya sosialisasi sama pimpinan kebun, lalu selesai. Tapi dimonitoring oleh bagian HRD dari bagian People and Organization Development. Dari bagian HRD kita jadwalkan setiap minggu keliling ke kebun yang dimiliki oleh AMS untuk mengumpulkan asisten. Pada saat di kebun, kita sambil makan malam, ngobrol-ngobrol santai gitu.

A: Dalam memilih orang-orang kunci prosesnya gimana pak?

T: 20 orang kita pilih. Karena sistem kita ga satu arah, sosialisasi yang kita lakukan itu 2 arah. Yaa, orang yang kita pilih jadi duta core values adalah memang karyawan yang kita nilai memiliki kriteria yang kita butuhkan, salah satunya yaa dia harus mengerti benar esensi dari budaya perusahaan itu sendiri, dan karyawan tersebut juga harus mengerti benar mengenai seluk beluk yang ada di AMS. Dalam proses penyemaian budaya perusahaan, kita akan membentuk sistem sel yang masing-masing sel terdiri dari 20 orang. Diharapkan nantinya sel-sel ini dapat menyebar ke setiap penjuru perusahaan dan dapat berkembang sendiri di area mereka.

A: Yang dimaksud sosialisasi dua arah itu seperti apa pak?

T: Kita sosialisasi lalu mereka menangkap, kita diskusi dengan mereka. Jadi pemahaman kita ditangkap oleh dia itu benar atau tidak.

A: Lalu 20 orang ini siapa yang memilih pak?

T:20orang tersebut dipilih oleh manajer. Dari bagian HRD kita setiap minggu keliling ke kebun untuk mengumpulkan asisten, kita sambil makan malam, ngobrol-ngobrol santai gitu.Kita paparkan apa yang menjadi strategi perusahaan dan tujuan perusahaan. Manajer dipanggil, harapannya sepulang dari training nanti akan disebarkan ke bawahan. Nah, HRD itulah yang memastikan, informasinya sampai atau tidak ke asisten kebun. Jadi dari HRD kita keliling ke masing-masing kebun, kita kumpulin asisten, tapi ga formal, santai aja, sambil makan malam atau sambil badminton atau tenis di lapangan, ngobrol-ngobrol kita gali disitu. Sampai ga infrmasinya dari estate manajer.Mungkin aja pesannya sampai, tapi bias.Jadi kita memastikan.Kalo informasinya bener ya oke, tapi kalo ada yang kurang bener atau kurang pas ya kita lurusin. Ini lho yang bener

A:Lalu trainingnya dalam bentuk apa pak?

T:Jadi tahap awal, ada training change. Kenapa kita adakan training change, karena kita berubah, dulu ams sendiri, ganda sendiri, sekarang kita bergabung. Ini kan perubahan. Kita mau melakukan perubahan, lalu kita mau menyamakan mindset kita.Mungkin mindsetnya karyawan eks Ganda berbeda dengan mindsetnya ams.Kita seragamkan.Kemudian kita kumpulkan semua level manajer untuk training leadership atau training kepemimpinan ya. Kemudian untuk tingkat asisten kita adakan training supervisi, coaching and counselling, dan kita ada juga training untuk karyawan-karyawan baru ya.Untuk setiap karyawan baru, kita harus jelaskan, siapa sih ams, apa sih visi dan misi perusahaan. perusahaan mau bagaimana, perusahaan mau dibawa kemana. Kita jelaskan kepada karyawan-karyawan baru.

A:Dalam training tersebut isi pesannya apa aja pak?

T:Dalam contoh kasus, kita ini tim yang bersinergi. lebih menggali nilai nilai, supervisi lebih bagaimana asiten dapat mempunyai kemampuan yang standar, asiten dapat memberikan pengetahuan atau mengajarkan kepada bawahannya. Di supervisi adalah kuncinya, karena.Dan kita ambil key person dari masing-masing kebun untuk kita jelaskan.Tapi di satu sisi, kita paralel untuk memastikan informasi tersebut sampai ke bawah atau tidak.Jadi tidak hanya kita sosialisasi sama pimpinan kebun, lalu selesai, tapi dimonitoring oleh bagian HRD dari bagian HRD people and organization development, laluada trainingjuga dari bagian HRD people and organization development.

A:Definisi sosialisasi menurut PT AMS apa pak?

T:Sosialisasi kan pengenalan, jadi bagaimana caranya manajemen mengenalkan perusahaan itu mau seperti apa, perusahaan itu mau kemana jalannya, perusahaan itu mau apa targetnya. Karena target itu kan harus dicanangkan di awal. Harus ditancapkan di awal dulu.Kemudian sosialisasi itu tujuannya adalah bagaimana caranya karyawan bisa sejalan dan selaras dengan ada yang diinginkan oleh

perusahaan. Jadi harapannya dari sosialisasi itu adalah keinginan perusahaan sama dengan keinginan karyawan. Disatu sisi perusahaan ingin mencari profit yang tinggi, disisi lain karyawan bekerja disini untuk mendapatkan kesejahteraan. Sosialisasi untuk menyebarkan budaya-budaya perusahaan.

A: Apa saja media yang dipakai?

T: Jadi membiasakan karyawan sebelum bekerja dia membaca core values, kalo orang yang masuk kan pasti lewat sini, itu setiap hari lho. Minimal kita masukkan core values yang kita punyai ke mindsetnya dia. Kalo ini di kantor ya, core valuesnya kita taruh di depan pintu. Kalo di kebun, setiap kebun kita buatkan seperti itu juga, tapi di papan ya. Jadi masing-masing kebun ada papan slogan. Jadi core values harus diterapkan berulang-ulang. Jadi di setiap sudut selalu diingatkan, mau kerja curang, ya dia ga bisa, harus professional. Karena budaya perusahaan tidak hanya cukup hanya sosialisasi saja, tapi kita juga harus memastikan, apakah informasi tersebut sampai atau tidak kepada karyawan.

A: Selain buku saku dan agenda ada media lain ga pak?

T: Kalender, majalah, brosur, pamphlet, buku saku, agenda.

A: Ada target yang harus dicapai atau tidak dalam proses sosialisasi budaya perusahaan?

T: Kita ada evaluasi tahunan. Evaluasi tahunan itu ada dua kategori, kualitatif dan kuantitatif. Nah, dari hasil evaluasi itulah kita akan lihat, dia kelemahannya dimana. Setelah kita analisa, dia kurangnya di bagian tertentu, orang yang bersangkutan akan kita ikut kan pelatihan atau training. Lebih ke situ. Yang mengevaluasi karyawan yang bersangkutan adalah dua atasan di atasannya. Jadi yang menilai adalah atasannya langsung dan atasan yang paling tinggi.

A: Lalu dalam mensosialisasikan budaya perusahaan, hambatan apa saja yang dialami?

T: Ya, kendalanya kan sebenarnya kita sosialisasi budaya perusahaan dari yang tidak ada menjadi ada. Terus kaitannya adalah pada saat pelatihan atau training pertama kita adalah change. Orang-orang kan reaksinya berbeda ya dalam menyikapi suatu perubahan. Ada orang yang cari aman, ada orang yang menolak perubahan, terus dia keluar, kan orangvrespnnnya beda-beda. Ada orang yang enjoy terhadap perubahan itu, lalu dia menikmati perubahan itu. Dari hasil sosialisasi itu nampak orang yang sudah nyaman di zonanya dia, sehingga dia ga mau tau dengan perubahan. Mana orang yang semangat menghadapi perubahan, mana rang yang takut menghaapi perubahan. Itu kita melihat dari cara atau sikap kerjanya, tindak tanduknya setelah kita perkenalkan dengan budaya perusahaan. yang kedua adalah mereka belum terbiasa, jadi canggung.

A:Kalo di ams sendiri ada meeting apa saja selain weekly meeting, monthly meeting dan quartal meeting?

T:Biasanya di awal tahun ada kick off meeting

A:Nah, kick off meeting itu apa pak?

T:Biasanya manajemen memaparkan apa yang menjadi target perusahaan di tahun itu. Terus apa komitmen dari manajemen untuk mencapai target tersebut. Kemudian apa yang dibutuhkan manajemen terhadap karyawan untuk mencapai target. Kemudian yang berikutnya, apa yang dibutuhkan karyawan untuk mencapai target tersebut. Nah, kembali lagi perusahaan tidak hanya melihat dari satu sisi saja, tapi perusahaan harus tahu apa yang diinginkan karyawan, sehingga tujuannya ya sama-sama tercapai.

A:Apakah ada penghargaan yang diberikan kepada karyawan jika ia dapat menjalankan budaya perusahaan?

T:Kalo penghargaan berupa sertifikat, kita sudah ada.Biasanya kalo sudah kita kasih pelatihan, lalu setiap quarter meeting secara acak dia disuruh presentasi.Dia presentasi tentang nilai-nilai inti perusahaan.Nanti setelah presentasi dan dirasa cukup, kita kasih reward berupa sertifikat.Yang menerangkan bahwa dia memahami nilai-nilai inti perusahaan dan sudah diterapkan di kebunnya.Tapi kalo secara umum ya biasanya kita kasih bonus.

A:Budaya perusahaan terpengaruh dari budaya lokal apa enggak pak?

T:Ya, jadi kalo namanya budaya perusahaan kan identitas perusahaan, dimanapun dia berada ya dia harus bisa memperhatikan hal itu.

Nama Informan : Ibu Indira

Jabatan : HRD

Tanggal Wawancara : 8-10 November 2013

A: Kalo di PT AMS ada strategi untuk mensosialisasikan budaya perusahaan atau enggak, bu?

I: Eeeemm ada, itu yang kita sedang tanamkan dari awal ya. Itu yang disebut dengan core values dan behavior. Dimana disitu mencakup visi dan misi perusahaan. Nah, untuk semua lapisan karyawan itu harus bisa mengetahui dan mengerti apa yang dimaksud dengan core values dan behavior yang kami miliki. Seperti yang mbak Arum lihat, itu kan di pintu ada AMS SIGAP. Nah, kebetulan saya yang memang dari awal keliling dari kebun ke kebun, daerah ke daerah sebagai duta core values. Jadi, nanti di setiap tempat dimana saya sudah pernah mengajarkan hal itu, nanti dikasih x-

banner atau spanduk-spanduk mengenai AMS itu apa, SIGAP itu apa seperti itu an mereka harus hafal. Boleh dibilang itu pancasilanya AMS.Hehehhehe.

A: Mmm, jadi pancasilanya AMS. Jadi media sosialisasinya pake banner, spanduk, gitu ya ibu?

I: Hmm mmm. Supaya mereka setiap pagi ke kebun bisa lihat itu.Makanya kita di HO juga tempel itu di pintu.di AMS, kita akan membiasakan karyawan sebelum bekerja dia membaca core values yang ada di depan pintu. Kalo orang yang masuk kan pasti lewat sini dan tidak ada akses lain. Itu setiap hari lho. Minimal kita masukkan core values yang kita punyai ke mindsetnya para karyawan.A: Iya, supaya sebelum masuk kantor mereka dapat melihat core values perusahaan ya, bu.

I: Iya, seperti itu.

A: Jadi, terus selalu diingatkan gitu ya bu?

I: Iya, betul.Kalo di head office kan pintu masuk kita akan ada screendoor core values-nya, nah kalo di kebun, setiap kebun kita buat kan seperti itu juga, tapi di papan ya. Jadi masing-masing kebun ada papan core values-nya juga. Ya kayak papan selamat datang gitu lah.

A: Lalu selain pakai banner, spanduk dan di pintu ada strategi yang lain ga, bu?

I: Ada. Jadi dalam pelatihan core values yang saya sampaikan itu, saya sangat mengingatkan untuk pimpinan kebun, setiap pagi pada saat apel untuk mengumandangkan yel. Atau pada saat meeting disounding “AMS itu apa?, A-nya apa, M-nya apa, S-nya apa?”dalam program training for trainer, isi pesan yang akan disampaikan kepada para peserta training sifatnya lebih mendalam. Jadi kita akan mengupas seluruh budaya perusahaan yang dimiliki dan dijadikan pedoman oleh perusahaan kita.

A: Itu biasa dilakukan pada saat apa bu?

I: Pada saat meeting, pada saat pertemuan sosialisasi.kalo di AMS, kita akan mensosialisasikan budaya perusahaan yang kita miliki lewat rapat rutin yang kita selenggarakan. Yaa kita pilih rapat rutin karena rapat adalah kegiatan yang melibatkan seluruh karyawan yang bekerja disini, dari level atas sampai level bawah. dalam rancangan program kick off meeting, pihak manajemen akan memaparkan apa yang menjadi target perusahaan di tahun itu. Terus apa komitmen dari manajemen untuk mencapai target tersebut. Kemudian apa yang dibutuhkan manajemen terhadap karyawan untuk mencapai target. Kemudian juga akan diadakan sosialisasi dan pementapan budaya perusahaan di AMS.dalam rapat rutin yang dilakukan di AMS, kita akan menggunakan strategi sosialisasi komunal secara umum, karena disini kan melibatkan seluruh karyawan dalam rapat rutin yang kita selenggarakan.

A: Kegiatan yang dipakai untuk mensosialisasikan budaya perusahaan apa saja bu?

I: Mmmm, sejauh ini kita mengadakan *family days*. Biasanya pimpinan HO akan terjun ke lapangan. Olah raga bersama dengan keluarga karyawan. Nah, pada saat itu biasanya lebih santai kan. Sambil berkelakar, tapi kita tetap menanamkan apa yang ingin diimplementasikan dalam AMS SIGAP. Karena kadang-kadang kalau seperti nilai-nilai inti organisasi dan budaya perusahaan yang selama ini kita kenal dengan AMS SIGAP, kalo penyampaiannya terlalu kaku dan monoton dalam konteks meeting dan training seperti itu, orang akan jenuh dan bahkan mungkin tidak akan mau menghafal. Tapi jika dibawakan dalam bentuk permainan atau dibawakan dalam suasana yang santai, seperti misalnya *family day* di lapangan, tanpa mereka sadari, kita masukan nilai-nilai inti yang ingin diimplementasikan, biasanya lebih mudah untuk mereka bisa memahami dan menyerap itu.

A: Selain itu masih ada cara lain ga, bu?

I: Memang sejauh ini saya keliling untuk mensosialisasikan budaya perusahaan seperti training gitu ya. Tapi dalam training itu saya buat kegiatan yang berbentuk games. Jadi untuk setiap point, misalnya S yang artinya sinergi, kita harus bisa mencari tau permainan apa yang bisa menjabarkan tentang sinergi, sehingga mereka bisa tau apa sih sinergi itu. Misalnya lagi I yang artinya integrity. Ya, kita mencari permainan yang related dengan hal itu. Karena kan mereka rang kebun, jadi kalo disuruh mempelajari lagi susah ya. Mereka kan orang outdoor. Jadi penyampaiannya itu harus dengan visualisasi games. jadi program pelatihan yang kita punya akan diikuti oleh seluruh karyawan yang bekerja di AMS, baik yang masih baru maupun karyawan yang telah lama bekerja di perusahaan. tujuan dari pelatihan ini adalah mengenalkan budaya perusahaan yang kita miliki kepada karyawan yang baru mau bergabung, sedangkan untuk karyawan yang telah lama bekerja di AMS pelatihan ini bersifat penyegaran. Jadi budaya perusahaan akan diingatkan kembali kepada para karyawan yang bekerja disini, supaya ketika mereka melakukan setiap pekerjaan, mereka akan menjadikan budaya perusahaan sebagai pedoman. mmm, dalam training leadership yang akan diikuti oleh seluruh jajaran manajemen, selain pelatihan kepemimpinan program ini juga akan disisipkan sosialisasi budaya perusahaan pada tingkat manajerial. Hal ini dirancang sedemikian rupa, harapannya adalah agar pihak manajemen dapat membantu menyebarkan budaya perusahaan yang dimiliki oleh AMS kepada seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan ini.

A: Lalu strategi sosialisasi di PT AMS sendiri itu apa, bu?

I: Mmmm, apa ya. mmm, strategi sosialisasi kalo di AMS itu sebagai suatu cara atau metode yang kita pakai terus menerus secara berkesinambungan untuk mensosialisasikan budaya perusahaan yang kita miliki kepada karyawan. Cara yang dipakai dalam mensosialisasikan budaya tersebut terlihat dalam program-program yang kami rancang dalam beberapa kurun waktu tertentu. Sebenarnya intinya kalo

untuk lebih konseptual secara definisi kita ingin nilai-nilai inti dan budaya perusahaan tertanam dalam aktivitas dan kegiatan setiap karyawan. Dengan kata lain, para karyawan dapat lebih menjwai nilai-nilai inti organisasi yang kita punya. Jangan hanya sekedar dihafalkan saja, tapi juga dijiwai dalam seluruh aktivitas pekerjaan. Kalo di AMS kan kita punya cara untuk mensosialisasikan budaya perusahaan kepada karyawan disini. Nah, cara yang dipakai dalam mensosialisasikan budaya perusahaan di AMS, terlihat dalam beberapa program yang ada.

A: Kalo konsep sosialisasi di PT AMS sendiri itu apa, bu?

I: sosialisasi itu disamping sebagai komunikasi internal kepada karyawan, juga sebagai pengenalan dan penyebaran budaya-budaya perusahaan yang kita miliki. Jadi bagaimana caranya manajemen mengenalkan perusahaan itu mau seperti apa, perusahaan itu mau kemana jalannya, seperti apa budaya perusahaannya, perusahaan mau seperti apa targetnya. Mmmm, itu lebih pada penjabaran suatu pemahaman yang akan mempengaruhi kinerja dan integritas karyawan.

A: Untuk mengenalkan budaya perusahaan, PT AMS lebih memilih komunal atau personal?

I: Mmmm, tergantung dari topik yang ingin disampaikan. Kalo di AMS sendiri, dalam melaksanakan sosialisasi budaya perusahaan digunakan strategi sosialisasi komunal dan strategi sosialisasi personal. Tapi sih dalam prakteknya, ada salah satu strategi yang menjadi dominan, kalo dibandingkan dengan strategi yang lain. Ini dibuat untuk menyesuaikan kondisi lapangan. Kalo kita butuh strategi sosialisasi komunal, yaa itu yang kita jalankan, begitupun sebaliknya. Kalo memang itu mencakup lebih luas wawasannya secara umum keseluruhan perusahaan, itu biasanya langsung dari eksekutif direktur dalam acara sosialisasi. Itu biasanya pesertanya adalah manajer level up. Kemudian dari situ diharapkan para peserta tersebut pada saat kembali ke side masing-masing bisa menyampaikan ke bawahannya.

A: Ada media internal ga, bu?

I: kami merancang beberapa media yang akan kami pakai dalam rangka mensosialisasikan budaya perusahaan kepada seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan kami, karena kami menilai media adalah cara yang cukup efektif dalam mensosialisasikan budaya perusahaan yang ada di AMS. Dulu kita ada magazine, kita distribute juga ke semua kebun. Tapi untuk sekarang ini agak mandek karena kesibukan masing-masing karyawan. Jadi untuk media internal sementara ini vakum dulu. Kita tidak pakai intranet, karena ada beberapa kebun yang sinyalnya jelek.

A: Dalam mensosialisasikan budaya perusahaan tahapannya seperti apa?

I: Oh, oke. Sejauh ini yang kami lakukan, itu biasanya dari top level dulu. Kemudian mereka akan kembali ke side masing-masing dan mereka yang akan distribute

informasi yang telah mereka dapatkan kepada bawahannya. Kemudian yang kedua, untuk hal-hal seperti misalnya ini kan temanya visi dan misi budaya perusahaan, itu saya yang ditunjuk untuk keliling mensosialisasikan nilai-nilai inti perusahaan seperti itu. Terus pola manajemen yang perusahaan mau seperti apa. Nah, salah satu cara kita mensosialisasikan budaya perusahaan, ya kita praktekin dan kita perlihatkan kepada mereka, ini lho budaya perusahaannya AMS itu ya seperti ini.

Nama Narasumber : Ir. Teguh Suprijatna

Jabatan : Karyawan

Tanggal Wawancara : 10 November 2013

A: Definisi sosialisasi menurut PT AMS apa pak?

T: sosialisasi itu tujuannya adalah bagaimana caranya karyawan bisa sejalan dan selaras dengan ada yang diinginkan oleh perusahaan. Jadi harapannya dari sosialisasi itu adalah keinginan perusahaan sama dengan keinginan karyawan. Disatu sisi perusahaan ingin mencari profit yang tinggi, disisi lain karyawan bekerja disini untuk mendapatkan kesejahteraan

A: Dalam mensosialisasikan budaya perusahaan, strategi sosialisasi apa saja yang dipakai AMS?

T: dalam rancangan sosialisasi budaya perusahaan yang kita miliki, kita akan memilih orang-orang kunci, atau kita biasa sebut dengan duta core values untuk membantu mensosialisasikan budaya perusahaan yang kita punya kepada seluruh karyawan yang bekerja di AMS. Kami dari pihak HRD dan manajemen memiliki rancangan yang kami jadikan acuan untuk memilih orang-orang kunci yang akan kami tugaskan untuk mensosialisasikan budaya perusahaan yang ada di AMS. Tujuan kami memilih orang-orang kunci supaya semua terintegrasi dengan baik, sehingga penyebaran budaya perusahaan dapat dipahami oleh para karyawan sampai level yang paling bawah sekalipun. Dalam program duta core values, kita akan menggunakan strategi sosialisasi komunal dan strategi sosialisasi personal. Tapi memang akan lebih condong ke strategi sosialisasi komunal ya, karena dalam program duta core values kan kita akan melibatkan banyak orang. Nah, strategi sosialisasi personal disini ya kita gunakan sebagai pelengkap aja. Setelah kita pilih duta core values langkah selanjutnya yang kita akan tempuh adalah dengan mengadakan pertemuan rutin dengan orang-orang kunci tersebut. Tujuan dari pertemuan tersebut adalah membahas progress sosialisasi budaya perusahaan di AMS.

A: Ada strategi sosialisasi yang lain ga, pak?

T: kalo pas makan malam dan olah raga, cara yang kita pake kan lebih santai yaa. Jadi bisa dibilang kita pake strategi sosialisasi personal kepada para karyawan yang

ada di AMS untuk mensosialisasikan budaya perusahaan tersebut. Nah, kalo pada saat kick off meeting berlangsung, pemimpin rapat adalah dari pihak manajemen. Pemimpin rapat adalah kedudukan yang tertinggi. Jadi, yang akan mensosialisasikan budaya perusahaan yang ada di AMS adalah pihak manajemen. Lalu selain akan melibatkan seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan, dalam kick off meeting juga akan diselipkan acara outbond dan outing, jadi kesannya kan lebih santai tuh. Jadi ga melulu formal. Nah, disitu kita punya taktik supaya sosialisasi budaya perusahaan dapat berjalan dengan baik. Caranya yaa kita menggabungkan strategi sosialisasi komunal dan strategi sosialisasi personal. Tapi memang dalam kick off meeting lebih dominan strategi sosialisasi komunal sih.

A:Lalu training untuk mensosialisasikan budaya perusahaan itu dalam bentuk apa pak?

T:Kita dari pihak HRD juga akan memaparkan apa yang menjadi strategi perusahaan, budaya perusahaan dan tujuan perusahaan. Manajer akan dipanggil, harapannya sepulang dari training nanti informasi yang didapatkan akan disebarakan ke bawahan. Dalam pelatihan, kami akan menggunakan strategi sosialisasi komunal sebagai strategi sosialisasi yang utama, karena dalam pelatihan kita melibatkan seluruh karyawan yang bekerja di AMS.

A:Media apa saja yang digunakan untuk mensosialisasikan budaya perusahaan di AMS, pak?

T:Kalo karyawan di kebun wajib punya buku saku. Buku saku itu seperti kitab sucinya atau kamus mereka. Jadi mereka harus bawa buku saku kemana pun mereka bertugas. Para karyawan yang ada di kebun dan yang ada di head office kan masing-masing agenda dan buku saku, harapannya dengan membawa buku saku tersebut nilai-nilai inti perusahaan yang terdapat di dalamnya akan dapat dijadikan pedoman oleh seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan kami.

A:Dalam program makan malam dan olahraga bersama itu, teknis sosialisasi budaya perusahaannya seperti apa, pak?

T: Nah, HRD itulah yang tugasnya memastikan, informasinya sampai atau tidak ke asisten kebun. Jadi cara kerjanya seperti ini. Dari HRD kita akan keliling ke masing-masing kebun, kita kumpulin asisten, tapi ga formal, santai aja, sambil makan malam atau sambil badminton atau tenis di lapangan, ngobrol-ngobrol kita gali disitu. Sampai ga informasinya dari estate manajer. Mungkin aja pesannya sampai, tapi bias. Jadi kita memastikan. Kalo informasinya bener ya oke, tapi kalo ada yang kurang bener atau kurang pas ya kita lurusin. Ini lho yang bener.